



Von Höngg aus den Biomarkt verändern?

Am 30. August öffnet in Höngg der schweizweit erste Alnatura-Migros-Biomarkt. Götz Rehn und Jörg Blunschli äusserten sich in einem Gespräch zu den Hintergründen und Zukunftsvisionen.

FREDY HÄFFNER

Als Erstes löscht er im Sitzungszimmer im siebten Stock der Zentrale der Migros Zürich das Licht, das überflüssigerweise brennt. Dann interessiert er sich für die Geschichte des «Hönggers» und erst dann ist er zum Interview bereit: Götz Rehn, Gründer von Alnatura Deutschland, hochpräsent und überzeugter Anthroposoph.

Neben ihm sitzt Jörg Blunschli, seit 2010 Geschäftsleiter der Genossenschaft Migros Zürich, und lehnt sich entspannt zurück, ohne die Konzentration des passionierten Fliegenfischers vermissen zu lassen, der er tatsächlich ist.

Da haben sich – so viel wird im Gespräch, das der «Höngger» mit den beiden führen durfte, schnell klar – zwei gefunden, die in ihrer Verschiedenheit eins sind.

«Höngger»: *Alnatura und Migros arbeiten zusammen. Welche Geschäftsform verbindet die beiden Firmen?*

Blunschli: «Die schönste Art, die Partnerschaft. Rechtlich unabhängig, trägt jeder seinen Teil zu einem guten Gelingen bei. Migros betreibt den Laden in Höngg, aber der Inhalt ist 100 Prozent Bio wie in den deutschen Alnatura-Läden.»

Rehn: «Zudem verbindet uns die kulturelle Ebene. Ich erinnere an Duttweiler, der den Konsumenten gute Qualität zu einem fairen Preis bieten wollte. Alnatura will das heute im Biobereich tun.»

«Höngger»: *Wie kam es, dass gerade Höngg als Testmarkt für das neue Alnatura-Migros-Konzept ausgewählt wurde?*

Blunschli: Als wir uns entschieden, mit Alnatura zusammenzuarbeiten, prüften wir das Wirtschaftsgebiet der Migros Zürich. Der Raster umfasste Kaufkraft, soziodemografische Merkmale und vieles mehr. So kamen wir auf zehn Gebiete, was auch innerhalb der Migros Zürich der Zielsetzung an Alnatura-Läden entspricht. Höngg war auf dieser Liste. Und das Lokal – die ehemalige Migros – war frei und sehr nahe an der gewünschten Grösse, also liessen wir uns diese Chance nicht entgehen.

«Höngger»: *Canto verde am Meierhofplatz blickt der Eröffnung skeptisch entgegen. Wiederholt sich die Geschichte Duttweilers, dem man vorhielt, er sei für das «Lädelisterben» verantwortlich?*

Blunschli: Nein, denn das Schönste wäre für mich, wenn der canto verde, der seine Sache gut macht, weiterfunktionieren würde. Und ich glaube auch, dass das so sein wird, weil er kreativ ist und Kunden hat, die ihm die Treue halten.

Doch die Welt verändert sich, und bei Alnatura stehen Sinn, Genuss – und im weitesten Sinn auch Bequemlichkeit – im Einklang. Mit dieser Dimension soll es uns gelingen, Kunden anzusprechen, die bislang nie in einen Bioladen gingen. Es soll auch das Bewusstsein für Bio verändert werden: Schliesslich wäre es schön, wenn wir alle zusammen den Bioanteil am Gesamtkonsum erweitern könnten.

Rehn: Dem kann ich nur beipflichten. Und der Markt wird auch von uns profitieren, weil wir eine grössere Verdichtung haben. Bio ist aus seiner Nische raus, nun ist es an der Wirt-

schaft, mehr Angebote zu schaffen.

Und es geht ja nicht gegen die kleineren Läden, sondern es geht darum, noch mehr Menschen zu Bio zu bringen, etwas Sinnvolles für Mensch und Erde zu tun. Wir müssen weg vom quantitativen hin zum qualitativen Wachstum, sonst werden wir die Weltbevölkerung nie ernähren können. Leider kommen wir zu wenig schnell vorwärts in diesem Bestreben.

«Höngger»: *Wie schnell wollen Sie denn vorwärts? Ist Höngg für Sie das Tor zur Schweiz?*

Rehn: Wir nehmen uns so viel vor, wie die Kunden ermöglichen. Die Nachhaltigkeit bezieht sich ja auch auf einen Impuls zur Substitution: weniger konventionelle, dafür mehr Bionahrungsmittel. Letztlich bewirkt dies eine Veränderung der Ernährungsweise und der vorgelagerten Landwirtschaft. Wenn es uns gelingt, die Bevölkerung von den Vorteilen zu überzeugen, freut es uns natürlich, damit viel Sinnvolles in die Welt zu bringen.

Die Schweiz hat einen hohen Marktanteil an Bioprodukten. Sie weist europaweit, zusammen mit Österreich und Dänemark, den höchsten Pro-Kopf-Umsatz vor. Dennoch hat der es schwer, der sich komplett Bio ernähren will. Diese Hürde wollen wir zukunftsorientiert überwinden.

«Höngger»: *... eine Zukunft für Bio, welche die Migros in der Startphase verschlafen hat, Herr Blunschli. Nun hat man mit Alnatura einen erfahrenen Partner in die Schweiz geholt. Warum hat die Migros nicht selbst agiert?*

Blunschli: «Die Migros hat den Bio-trend ursprünglich verschlafen. Das brauchen wir nicht zu verschweigen. Nun, man hätte sich auch zurückleh-



Quartierzeitung Höngg GmbH
8049 Zürich
044/ 340 17 05
www.hoengger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 13'500
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 1
Fläche: 60'036 mm²

nen und sich mit dem trotzdem stattfindenden Wachstum zufrieden geben können. Doch als die Geschäftsleitung der Migros Zürich sich nach ganz allgemeinen Wachstumsmöglichkeiten umsah, kam man schnell auf den Biobereich. Die erste Arbeitshypothese lautete: Gehen wir ein Risiko ein und machen den ersten Migros-Bio-Supermarkt mit ausschliesslich Bioprodukten. Dann schauten wir unser eigenes Sortiment an und stellten fest: Da fehlt uns viel – von der Vielfalt über das Know-how bis zu den Beziehungen. Für diesen Weg brauchen wir einen starken Partner und da mussten wir uns nicht lange umschauen.

Rehn: Dem Prinzip der Kooperation gehört die Zukunft. Man arbeitet dort zusammen, wo man sich gegenseitig inspirieren kann. Wirtschaft ist doch letztlich immer ein Miteinander: Zusammenarbeiten, für den «Arbeitgeber» Kunden. Immer alles selbst machen zu wollen, ist auf die Dauer nicht effizient.

«Höngger»: Gemäss Ankündigung Anfang Jahr wird das Angebot mit Schwerpunkt Lebensmittel und Naturkosmetik geführt. Non-food-Artikel fehlen. Warum dieser Ausschluss?
Blunski: Wir mussten wegen der Fläche Kompromisse eingehen und bei der Frische wollten wir keine Abstriche machen. Also klammerten wir Textilien aus, obwohl wir das an sich gerne gehabt hätten, gerade im Bereich Babykleidung.

«Höngger»: Nun werden auf 460 Quadratmetern gegen 5000 Produkte angeboten. Im Bereich «Frische» wird man zahlreiche Produkte von Biobauern aus der Region vorfinden. Wie weit fassen Sie den Begriff «Region»?

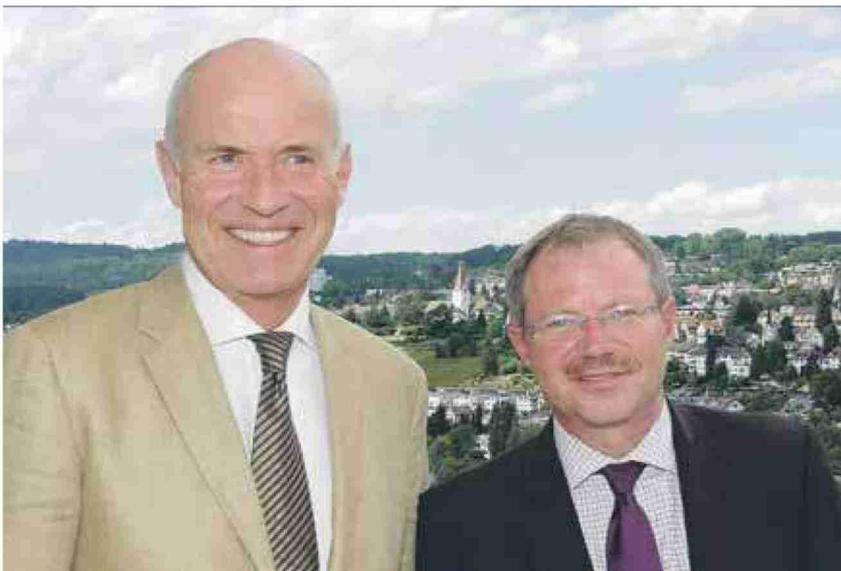
Blunski: Höngg hat leider keinen Biobauern. Das Gemüse kommt aus der Region, zum Beispiel von Stephan Müller aus Steinmaur, und Milchprodukte von der Sennerei Bachtel. Und frische Suppen werden von «Suppe und Pedale» aus Zürich per Fahrrad angeliefert, um nur drei Beispiele zu nennen.

Rehn: Es können sich auch andere Anbieter bei uns melden. Da ist sicher noch viel Entwicklungspotential vorhanden. Die Vielfalt, das Individuelle, das Veredelte, da hat es gerade im regionalen Bereich noch Luft nach oben.

Blunski: Viele Produkte im neuen Biomarkt werden von regionalen Bauern sein, dazu kommen Produkte von Migros-Bio, von Alnatura sowie von nationalen und internationalen Marken. Wenn ich bei Alnatura-Migros einkaufe, dann habe ich Bio und nur Bio.

Lesen Sie weiter auf www.hoengger.ch/neustes, was Götz Rehn und Jürg Blunski zu den Themen «Labelsalat», Biorichtlinien, Qualitätssicherung, Biolandbau und Welternährung, Landkultur und Nachhaltigkeit denken und sagen.

Die grosse Eröffnung in der ehemaligen Migros-Filiale Höngg ist für den Donnerstag, 30. August, angekündigt.



Götz Rehn und Jörg Blunski auf der Terrasse der Zentrale der Migros Zürich, Höngg auch bildlich bei ihnen im Zentrum. (Foto: Fredy Haffner)



Quartierzeitung Höngg GmbH
8049 Zürich
044/ 340 17 05
www.hoengger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 13'500
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 8
Fläche: 13'224 mm²

DIE UMFRAGE

Was erwarten Sie von Bioprodukten?



MARKUS LANDOLT

Bei Bioprodukten ist ein geschlossener Kreislauf vorhanden, der Boden wird beim Anbau mehr geschont und auch für die Tiere gelten bessere Bedingungen.

Ich baue selbst in meinem Garten Gemüse an und kaufe seit langem fast ausschliesslich Bioprodukte, schon seit Mitte der 80er Jahre, als die Biobewegung begann. Dieses Konzept finde ich absolut gut.



LAURA OTTH

Von Bioprodukten erwarte ich, dass sie nicht so viele chemische Substanzen enthalten – mir sind frische und «echte» Früchte und Gemüse lieber als behandelte.

Über Mittag in der Schule schaue ich aber eher auf den Preis als auf das Bio-Logo; hätte ich jedoch mehr Geld zur Verfügung, würde ich immer Bioprodukte kaufen. Zuhause achten wir jedenfalls darauf.



LILIANE WALDVOGEL

Ich bin seit langem oft krank und hoffe, dass sich das etwas bessert, indem ich Bioprodukte kaufe – vielleicht sind sie ja gesünder. Seit vielen Jahren, seit das mit dem Bio angefangen

hat, achte ich, wann immer es geht, darauf: Vor allem beim Gemüse, Früchten und auch beim Müesli. Morgen- und Abendessen bereite ich daraus selbst zu, das Mittagessen gibt es jeweils in der Residenz Im Brühl.

INTERVIEWS: ANNE-CHRISTINE SCHINDLER